



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.01.ДВ.02.02 Имиджеобразующие тексты в СМИ

Направление подготовки: 42.04.02 Журналистика (с присвоением второй квалификации 38.04.02 Менеджмент)

Направленность (профиль): SMM-менеджмент

Квалификация (степень): *магистр*

Форма обучения: *очная*

Институт: филологии и межкультурной коммуникации

Кафедра: русской филологии и журналистики

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс	2		
Семестр/триместр	2		

Лекции			
Лабораторные занятия			
Практические (семинарские) занятия	18		
Консультации			
Форма промежуточной аттестации	зачет		
Контроль			
Иные формы работы			
Самостоятельная работа	90		

Всего часов: 108

Трудоемкость: 3 зачетные единицы

Разработчик рабочей программы:

кандидат филологических наук, доцент М.С. Штейман

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель изучения дисциплины: формирование системы знаний, умений и навыков, связанных с систематизацией знаний по основным теоретическим и практическим проблемам создания медиатекстов в имиджелогии как базы для развития универсальных компетенций и основы для развития профессиональных компетенций.

Задачи изучения дисциплины:

- систематизация базового терминологического аппарата;
- знакомство с историей имиджа, его видах и специфике;
- выявление жанрово-стилистических аспектов медиатекста;
- использование различных методов и приемов в подготовке медиатекста;
- формирование навыков создания положительного имиджа в массмедиа.

Место дисциплины в структуре ОПОП: реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1. Модуль 3 "Профильно-ориентированный"

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Код компетенции	Индикаторы компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Знать: - методы представления и описания результатов проектной деятельности; - методы, критерии и параметры оценки результатов выполнения проекта; - принципы, методы и требования, предъявляемые к проектной работе.	Знает: - инструментарий проектной работы, этапы ее разработки и реализации; - формы представления проектной работы.
	Уметь: - формировать план-график реализации проекта в целом и план контроля его выполнения; - организовывать и координировать работу участников проекта, обеспечивать работу команды необходимыми ресурсами.	Умеет: - разрабатывать программу реализации проекта, корректировать ее для достижения прогнозируемых результатов.
	Владеть: навыками представления публично результатов проекта (или отдельных его этапов) в форме отчетов, статей, выступлений на научно-практических конференциях.	Владеет: - навыками публичного представления итогов проектной деятельности в форме презентаций, публикаций.

ПКС-1 Способен осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах СМИ, включая конвергентные; направлять и координировать все этапы редакционного процесса	Знать: - полный цикл редакторской деятельности по созданию информационного продукта на всех медиаплатформах и в разных типах СМИ.	Знает: - способы отбора релевантной информации из доступных источников для создания медиатекста в имиджелогии.
	Уметь: - координировать редакционный процесс на всех этапах создания медиапродукта, контролировать качество журналистского текста, соблюдение профессиональных этических норм.	Умеет: - осуществлять контроль за соблюдением профессиональных этических норм на всех этапах работы по созданию медиапродукта.
	Владеть: - способами организации редакторской деятельности и оптимизации действий подразделений, основами медиаменеджмента в СМИ.	Владеет: - навыком творческого подхода к созданию качественного медиапродукта с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта.

II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
	Раздел 1. Общая характеристика имидж-технологий.	14		4		10
1.	Тема 1. Имидж и его значение в современном мире.	7		2		5
2.	Тема 2. СМИ как сфера функционирования медиатекста.	7		2		5
	Раздел 2. Инструментарий имиджелогии.	94		14		80
3.	Тема 3. PR-текст как разновидности медиатекста	24		4		20
4.	Тема 4. Пиар-текст как инструмент формирования имиджа.	24		4		20
5.	Тема 5. Специфика медиатекста в имиджелогии.	24		4		20
6.	Тема 6. Роль средств массовой информации в создании имиджа.	22		2		20
	Зачет					
	ИТОГО:	108		18		90

Очно-заочная форма обучения (не реализуется)
Заочная форма обучения (не реализуется)

III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Текущая аттестация проводится в форме творческого задания, защиты реферата.

Типовой вариант контрольной работы 2 семестр

Подготовить портретную зарисовку политического деятеля (по выбору).

Примерная тематика рефератов

1. Образ автора в медиатексте.
2. Медиатекст в системе интернет-коммуникаций.
3. Специфика теле-и радиотекста.
4. PR-публикации в системе медиатекстов.
5. Медиатекст в специализированных изданиях.
6. Формирование представлений об имидже в культуре XXI века (обзор СМИ).
7. Имиджевые функции корпоративных СМИ (по выбору).
8. Роль PR в построении позитивного корпоративного имиджа (анализ конкретного примера).
9. Имидж женщины-политика в СМИ (анализ конкретного примера).
10. Социальный имидж организации (анализ конкретного примера).
11. Социокультурные составляющие имиджа современного российского города: архитектура, история, символика, реклама, организация пространства, экология и т.п. (по выбору).
12. Имидж специализированного издания (по выбору).
13. Имидж вуза (на примере конкретного учебного заведения).
14. Технология конструирования индивидуального имиджа политика (по выбору).

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме экзамена с использованием следующих оценочных материалов: **перечня вопросов к экзамену**.

1. Понятие медиатекста. Категории медиатекста.

2. Основные этапы создания медиатекста.
3. Особенности пиар-текстов в зависимости от средства распространения (информационного канала).
4. Понятие имиджа и предмет имиджелогии.
5. Направления деятельности имиджмейкера в современной культуре.
6. Технологии построения эффективного имиджа.
7. Методика работы имиджмейкера с клиентом.
8. Формирование имиджа публичной персоны.
9. Построение имиджа семьи.
10. Составляющие имиджа фирмы, организации.
11. Маркетинг территорий.
12. Структура имиджа. Типология имиджей.
13. Функции персонального имиджа.
14. Социальная ответственность корпораций и корпоративных СМИ.

IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Основная литература

1. Китчен Ф. Паблик рилейшнз: учебное пособие Издатель: Юнити-Дана, 2015 [Электронный ресурс].
URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114546&sr=1 (дата обращения 09.10.2023).
2. Теория текста: учебное пособие / Ю.Н. Земская, И.Ю. Качесова, Л.М. Комиссарова и др. - М.: Флинта, 2010. - 113 с. - ISBN 978-5-9765-0841-5; То же [Электронный ресурс]. -
URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57627> (дата обращения 12.10.2023).

4.2. Дополнительная литература

1. Левицкий, Ю.А. Лингвистика текста: учебное пособие / Ю.А. Левицкий. - М.; Берлин: Директ-Медиа, 2014. - 208 с. - Библиогр.: С. 200. - ISBN 978-5-4458-3500-4; То же [Электронный ресурс]. -
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=241216> (дата обращения 12.10.2023).
2. Чернышева, Т.Л. Связи с общественностью (PR): учебное пособие / Т.Л. Чернышева. - Новосибирск: НГТУ, 2012. - 140 с. - ISBN 978-5-7782-2163-5; То же [Электронный ресурс]. -
URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228940> (дата обращения 12.10.2023).

V. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО- ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№ пп	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	http://edu.ru/	Российское образование: Федеральный портал. Включает ссылки на порталы и сайты образовательных учреждений; государственные образовательные стандарты; нормативные документы; каталог экскурсий и обучающих программ.	Свободный доступ
2.	http://window.edu.ru/library	Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»	Свободный доступ

VI. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1	http://www.biblioclub.ru	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.
2	http://urait.ru	Юрайт – образовательная платформа. Электронная библиотека и интернет-магазин образовательной литературы	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

3	http://www.iprbookshop.ru	Электронно-библиотечная система (ЭБС) IPRbooks	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.
---	-------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4.	www.elibrary.ru	Российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования	Свободный доступ
5.	www.garant.ru	Информационно-правовой портал	Свободный доступ
6.	www.consultant.ru	Российская компьютерная справочно-правовая система	Свободный доступ

VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice.

VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные занятия проводятся в аудиториях, укомплектованных специализированной мебелью, в том числе стационарными или переносными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.